

Presidente de Indecopi: “Se debe mejorar la transparencia y la imparcialidad en la prestación de los servicios de pagos con tarjetas”

- ✓ Estudio de la Comisión de Libre Competencia encontró que el valor de los pagos con tarjetas creció en 51% entre el 2015 y 2020 y que la marca Visa representó el 82% del total.
- ✓ Además, encontró que algunas marcas de tarjetas, emisores, adquirentes, procesadores y facilitadores de pago pertenecen a un mismo grupo empresarial en el país.

Tras la publicación por parte de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (CLC) del estudio el “Estudio de mercado en los servicios de pagos con tarjetas en el Perú”, que analiza las condiciones de competencia existentes, el presidente ejecutivo de Indecopi, Julián Palacín Gutiérrez, señaló que es necesario promover una mayor competencia en este mercado para lograr menores costos de transacción a través del sistema de tarjetas de pago, lo que favorecería principalmente a las pequeñas y medianas empresas.

“Se debe mejorar la transparencia y la imparcialidad en la prestación de los servicios de pagos con tarjetas tanto por parte de las pasarelas de pago como de los emisores y demás actores en los procesos de transacción que utilizan estos sistemas”, agregó.

El mencionado estudio –al que puede acceder a través del siguiente enlace: <https://bit.ly/2Z0eQ1W>, analiza el comportamiento de los agentes que participan en los servicios de pagos con tarjetas en el Perú y también brinda recomendaciones a las marcas de tarjetas, emisores, adquirentes, procesadores, facilitadores de pago y el Banco Central de Reserva del Perú para mejorar la transparencia y la imparcialidad en la prestación de los servicios y así procurar una mayor competencia en beneficio de los consumidores.

¿Cuál es la situación en el Perú?

Hasta fines de 2019, en el Perú los adquirentes (empresas que afilian a los comercios para que estos acepten pagos con tarjetas de los consumidores) contrataban con los locales comerciales para que acepten una sola marca de tarjeta (Visa, Mastercard, etc.). Así, los establecimientos que querían aceptar más de una marca de tarjetas debían contratar con varios adquirentes, lo que les generaba mayores costos.

Esta situación cambió a inicios del 2020, cuando dos adquirentes (Niubiz e Izipay) anunciaron que podrían contratar con los establecimientos comerciales para que acepten más de una marca de tarjetas, específicamente las marcas Visa y Mastercard. Esta situación generó un cambio en el mercado, reduciendo la participación de Niubiz, en el valor de las transacciones, de 94% a 79% en débito y de 78% a 74% en crédito entre 2019 y 2020, mientras Izipay incrementó su participación de 6% a 21% en débito y de 11% a 14% en crédito.

Asimismo, se encontró que la tasa de descuento (que pagan los comercios por cada transacción realizada con tarjetas) se ha reducido de 2,55% a 2,37% (en Niubiz) y de 3,18% a 2,96% (Izipay) entre 2015 y 2019; sin embargo, dichas tasas resultarían ser elevadas respecto a las observadas en otros países de la región como Colombia y México.

Por otro lado, se encontró que algunas marcas de tarjetas, emisores, adquirentes, procesadores y facilitadores de pago pertenecen a un mismo grupo empresarial en el país, lo

que podría generar problemas o retrasos para la entrada al mercado de otros agentes o empresas que no son parte del grupo.

Recomendaciones

El estudio de la CLC recomienda a los agentes (adquirientes, marcas, procesadores de pagos, entre otros) que establezcan procedimientos que garanticen un trato similar a agentes que no pertenecen a su grupo empresarial. Adicionalmente, recomendó a la marca Visa que establezca un procedimiento para crear una “muralla china” que evite el acceso y uso de información a la que tendría acceso por su vinculación con un adquirente.

Asimismo, el referido estudio recomienda al Banco Central de Reserva del Perú que recolecte y publique información que permita monitorear el comportamiento de los servicios de pagos con tarjetas en el Perú.

Estas recomendaciones buscan que se promueva una mayor intensidad competitiva entre los agentes del mercado, generando menores costos a los comercios por el acceso al sistema de tarjetas de pago, favoreciendo a los establecimientos medianos y pequeños. Asimismo, los menores costos que enfrentarían los comercios se podrían trasladar a los consumidores, permitiéndoles obtener los beneficios de la mayor competencia.

Se espera respuesta de agentes y entidades

Las marcas de tarjetas, emisores, adquirentes, procesadores, facilitadores de pago y el BCRP tienen noventa (90) días hábiles para pronunciarse sobre las recomendaciones realizadas por la Comisión.

El informe de lanzamiento, el informe preliminar y el estudio de mercado pueden encontrarse en los siguientes enlaces:

- Estudio de mercado: <https://bit.ly/2Z0eQ1W>
- Informe de lanzamiento: <https://bit.ly/2TuGJI8>
- Informe preliminar: <https://bit.ly/2Li3TC4>

Lima, 17 de octubre de 2021

Glosario:

Adquirente: Es el agente encargado de afiliar a los comercios para que estos acepten pagos con tarjetas de los consumidores a través de un punto de venta (físico o virtual) como pueden ser los POS. Por ejemplo, en Perú se tiene a la Compañía Peruana de Medios de Pago S.A. o Niubiz.

Emisor: Es una institución financiera o no financiera que emite tarjetas (crédito, débito o prepago) para uso de los tarjetahabientes como medio de pago en los comercios. Por ejemplo, en Perú se tiene al Banco de Crédito del Perú (BCP), al Interbank, entre otros.

Marcas de tarjetas: Es el agente que ofrece la infraestructura encargada de procesar las transacciones, establecer los estándares operacionales y comerciales que permiten el funcionamiento del sistema de pagos y realizar cierto nivel de investigación y desarrollo para mejorar la red de pagos. Por ejemplo, marcas como Visa, Mastercard, American Express, Diners, entre otras.

Procesador de pagos: Son agentes proveedores de servicios tecnológicos e información necesaria a los adquirentes para la captura y procesamiento de pagos a través de terminales. En Perú se tiene, por ejemplo, a Procesos de Medios de Pago S.A. o PMP, quien ofrece servicios de procesamiento.